



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE COMPRAS EN LAS  
EMPRESAS DEL CENTRO COMERCIAL, GALERÍA  
MERCADO CENTRAL, DISTRITO DE LIMA, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

CONTADORA PÚBLICA

Autora:

KENIA LIZEDT SOTA JULCA

Asesor:

CPC. ALBERTO ALVAREZ LOPEZ

Lima - Perú

2019

## ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor Alberto Álvarez López, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis de los estudiantes:

- Sota Julca, Kenia Lizedt

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “Control Interno en el Área de Compras en las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019” para aspirar al título profesional de: Contadora Pública por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

---

CPC. ALBERTO ALVAREZ LOPEZ  
Asesor

## ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados Han procedido a realizar la evaluación de la tesis de los estudiantes: Kenia Lizedt Sota Julca para aspirar al título profesional con la tesis denominada: “Control Interno en el Área de Compras en las Empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019”

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

**Aprobación por unanimidad**

**Aprobación por mayoría**

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado  
Presidente

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

---

Ing./Lic./Dr./Mg. Nombre y Apellidos  
Jurado

## **DEDICATORIA**

Con todo mi amor para mis padres que debido a sus consejos y principios me enseñaron a ser una buena hija, hermana y mujer cuidándome a cada momento y apoyándome a lograr mis sueños:  
Alfonso Sota Palacin y Alejandrina Julca Casimir

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios por darme la vida y acompañado en el transcurso de mi carrera poniendo pruebas y así llegar a la dicha de ser feliz por el cumplimiento de mis metas y a toda mi familia y amigos por los ánimos y el apoyo brindado en todo momento.

Y un agradecimiento especial a los docentes de la escuela de Contabilidad y Finanzas de la universidad Privada del Norte, por las enseñanzas y consejos de formación académica

## TABLA DE CONTENIDOS

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS .....	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS.....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS .....	8
ÍNDICE DE FIGURAS .....	9
ÍNDICE DE ECUACIONES .....	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	13
1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Formulación del problema.....	15
1.3. Objetivos.....	15
1.4. Marco Teórico.....	16
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	32
2.1. Tipo de investigación .....	32
2.2. Diseño de Investigación .....	32
2.3. Variables, Operacionalizacion .....	32
2.4. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	32
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos .....	34
2.6. Procedimiento .....	36
2.7. Aspectos Éticos.....	36

CAPÍTULO III. RESULTADOS .....	37
3.1 Presentación de Resultado .....	37
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	54
4.1 Discusión y limitaciones.....	54
4.2 Conclusiones .....	60
CAPITULO V. RECOMENDACIONES.....	62
ANEXOS .....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Técnica e Instrumento.....	34
Tabla 2. Tabla de frecuencia.....	38
Tabla 3. Pregunta Nro. 1 .....	39
Tabla 4. Pregunta Nro. 2 .....	40
Tabla 5. Pregunta Nro. 3 .....	41
Tabla 6. Pregunta Nro. 4 .....	42
Tabla 7. Pregunta Nro. 5 .....	43
Tabla 8. Pregunta Nro. 6 .....	44
Tabla 9. Pregunta Nro. 7 .....	45
Tabla 10. Pregunta Nro. 8.....	47
Tabla 11. Pregunta Nro. 9.....	48
Tabla 12. Pregunta Nro. 10.....	49
Tabla 13. Pregunta Nro. 11.....	50
Tabla 14. Pregunta Nro. 12.....	51
Tabla 15. Pregunta Nro. 13.....	52
Tabla 16. Operacionalización de variables.....	65
Tabla 17. Consistencia .....	67



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	39
Figura 2.....	40
Figura 3.....	41
Figura 4.....	42
Figura 5.....	43
Figura 6.....	45
Figura 7.....	46
Figura 8.....	47
Figura 9.....	48
Figura 10.....	49
Figura 11.....	50
Figura 12.....	51
Figura 13.....	52

## ÍNDICE DE ECUACIONES

(El presente índice se fijará en función a la naturaleza del trabajo. Las ecuaciones se emplean habitualmente en investigaciones en ingeniería)

## RESUMEN

El presente trabajo de Tesis tiene como finalidad estudiar el control interno del área de compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019 y engloba un desarrollo progresivo de las distintas etapas que empieza, desde la recopilación de artículos relacionados directamente con la presente revisión sistemática en las distintas bases de datos como por ejemplo, google académico y Scielo. En la presente revisión sistemática se encontrara 20 artículos recolectadas de las base de datos ya mencionadas. Se utilizaron palabras clave como criterio de elegibilidad, cuales son, control interno, área de compras y empresas del Centro Comercial. A la par también se han tenido en consideración los siguientes criterios de inclusión, artículos que han sido mostrados en la base de datos Google Académico y de Scielo entre los años 2000 y 2018, que el tema principal fue control interno en el área de compras de las empresas del Centro Comercial. Dentro del objetivo se plantea cual es la influencia del control interno del área de compras en las empresas. Para finalizar, se mostrara la interpretación de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones que se obtuvo en la presente revisión sistemática.

**Palabras clave:** Separar las palabras clave con (control interno, control interno área de compras)

## ABSTRAC

The purpose of this thesis work is to study the internal control of the purchasing area of the companies of the Shopping Center, Central Market Gallery, Lima District, 2019 and encompasses a progressive development of the different stages that it begins, from the collection of related articles directly with the present systematic review in the various databases such as google academic and Scielo. In this systematic review we will find 20 articles collected from the aforementioned databases. Keywords were used as eligibility criteria, which are: internal control, purchasing area and companies of the Shopping Center. At the same time, the following inclusion criteria have also been taken into account, articles that have been shown in the Google Academic and Scielo databases between 2000 and 2018, the main topic being internal control in the purchasing area of the companies of the Shopping Center. Within the objective it is raised what is the influence of the internal control of the purchasing area in the companies. Finally, the interpretation of the results, conclusions and recommendations obtained in this systematic review will be shown.

Keywords: Separate keywords with (internal control, internal control purchasing area)

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el tema de los negocios en el mundo de las empresas y estas de distintos tamaños y magnitudes exige el manejo del control interno correctos, que aseguren la vida de las empresas. El control interno, como su mismo nombre lo dice “interno” (dentro de la empresa) tiene como objetivo obtener información de tipo financiero, y esta información tiene que ser oportuna y fiel, ya que esta servirá para los gerentes o dueños de las empresas para la respectiva toma de decisiones.

El control interno en el área de compras es importante para la estructura administrativa y contable de una empresa, permite evaluar la contribución económica de las diferentes actividades que realizan, y así ayuda a facilitar el proceso de gestión gerencial. Ballarin (2007) afirma: “El proceso de control, se interrelaciona con otros aspectos organizativos, formales y no formales. Entre estos aspectos se puede señalar principalmente la estrategia, la estructura organizativa, las personas, la cultura organizativa y el entorno”

El presente trabajo de investigación comprende de cinco capítulos, el primero detalla la introducción, el cual abarca las razones y contexto del estudio, la pregunta de investigación y los objetivos.

En el segundo capítulo se desarrolló la metodología que comprende el tipo de investigación, referencias de esta metodología, etc.

En el tercer capítulo detallaremos los resultados encontrados mediante la investigación realizada, como último discusión, conclusiones y recomendaciones.

### **1.1. Realidad problemática**

En el mundo empresarial, las empresas de rubro comercial han ido incrementando de manera muy rápida, esto a pesar de la muy ruda y fuerte competencia que existe entre estas. El sector comercial cuenta con empresas dedicadas principalmente a la compra y venta de diferentes productos. Algunas empresas con un poco más de poderío económico llegan a importar los productos que vende de otro país, donde china es la mejor opción ya que la mano de obra es más barata a comparación de otros países.

Sin embargo, cuando el producto es más demandado por las personas, las empresas suelen comprar la mercadería de una manera desordenada, tan solo por cumplir con la demanda requerida. La inadecuada aplicación del control interno en compras por parte de las empresas, principalmente pequeñas y medianas, no permite manejar un buen control interno en las empresas, y esto lleva a inconsistencias en el registro de inventario.

Es por ello que el control interno es muy importante para las empresas, Según Lozano Tenorio (2016) Considera: “que todas las empresas deben tener un adecuado control interno en el área de compras, debido a que gracias a su correcta gestión también se puede evaluar la calidad de la tarea administrativa”.

La mayoría de las empresas que comercializan solo por cumplir con la demanda, como algunas que pertenecen al centro comercial , no cuentan con procedimientos de compras que estén bien establecidos y mucho menos por escrito, razones por los que los dueños, administradores desconocen el control interno que se debe tener al momento de adquirir su mercadería, y este problema les lleva a realizar sus compras sin un debido presupuesto en compras, sin proyecciones a futuro sobre los pagos que deben realizar, problemas con los créditos que obtienen, afectando severamente a la empresa.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General.**

¿De qué manera se Aplica el Control Interno en el Área de compras en las Empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?

### **1.2.2. Problemas Específicos.**

- ¿De qué manera describe el ambiente del control en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?.
- ¿De qué manera describe la evaluación del riesgo en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?
- ¿De qué manera describe la Actividad de control en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?
- ¿De qué manera describe la Información y Comunicación en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?
- ¿De qué manera describe la Actividad de supervisión en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general.**

Explicar y describir de qué manera se aplica el control interno en el área de compras de las empresas del centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.

### **1.3.2. Objetivos específicos.**

- Describir el ambiente de control en el área de Compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.

- Describir la evaluación de Riesgo en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.
- Describir la Actividad de control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.
- Describir la Información y Comunicación en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.
- Describir la Actividad de Supervisión en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.

#### **1.4. Marco Teórico**

##### **1.4.1. Antecedentes de la Investigación.**

###### **Antecedentes Nacionales.**

(Mendoza, 2017) Control interno del área de compras y su Incidencia en la Rentabilidad de la empresa KATEX SAC de Trujillo 2016.

Esta investigación es para obtener el Título Profesional de Contador Público, como objetivo es determinar la incidencia del control interno del área de compras en la rentabilidad de la empresa KATEX S.A.C de Trujillo 2016; esta investigación es de tipo descriptiva no experimental de corte transversal, tiene como variable independiente el control interno, y como variable dependiente la rentabilidad. Como muestra a la empresa textil Katex S.A.C ubicada en el distrito de Trujillo en el año 2016; las técnicas utilizadas fueron la encuesta que permitió evaluar el control interno del área de compras y el análisis documental que permitió analizar la rentabilidad de la empresa. Al desarrollar esta investigación se finaliza que si la empresa lleva un adecuado control interno en el área de compras, esta tendría un efecto positivo en la rentabilidad de la empresa permitiendo que la misma siga aumentando en su utilidad.



(Milian & Davila, 2018) El Control Interno del área de Compras y su Influencia en la rentabilidad del Grupo Consultor y Ejecutor Jarwey SAC; Santa Cruz 2015.

La presente investigación es para obtener el grado de Título profesional como contador público, como objetivo tiene determinar, explicar la influencia del control en el área de compras así como identificar las deficiencias del control Interno que afecta al grupo consultor y Ejecutor “Jarwey Sac”, y se justifica por que permitirá un eficiente control en el área de compras por lo tanto resultados rentables. Para desarrollo se ha empleado el método descriptiva, propositiva y diseño no experimental, los instrumentos fue a una población y muestra de cuatro personas, para ello aplicaron las técnicas de análisis de documentos, observación, encuesta y el análisis documental. La información obtenida se analiza e interpreto permitiendo llegar al resultado de que no se lleva un apropiado control en el área de compras por que no se ha establecido procesos administrativos y políticas de control. Se concluye que el control interno del área de compras si influye en la rentabilidad del Grupo Consultor y Ejecutor JARKWEY SAC. Por lo tanto, recomendaron a la empresa que adopte la propuesta que Plantearon para una mejor efectividad de su control y así obtener un mejor resultado empresaria.

(Espinoza D. , 2016) Importancia de los Controles Internos de Gestión área Compras como forma de mejorar la efectividad de la gerencia de Logística empresa Rida S.A.2016.

Esta investigación es para obtener el grado de Maestría que como objetivo tiene determinar la importancia de los controles internos del área de compra y así como mejorar la efectividad de la gerencia de Logística Rida S.A. 2016, La población de estudio ha sido constituida por 8 personas que forman parte de la gerencia logística de la empresa RIDA S.A, se empleó también la observación para reportar información de la realidad observada, así mismo como instrumento se emplearon hojas de cálculo Excel, registros de inventario y hoja de campo. Los resultados hallados se sintetizan en que la aplicación de los controles internos

de gestión en el área de compras deviene la mejora u optimización de las actividades que desarrolla en dicha área, trayendo como resultado la mejora de la efectividad del área de compras de la empresa RIDA S.A, ello se puede constatar en una mayor rotación del capital invertido en inventario en el año 2016 respecto al año anterior, lo cual es un indicador de que es eficiente y efectiva la administración actual de los inventarios, se suma a ello la mejora de la política de selección de proveedores, la disminución de devoluciones de mercadería, disminución de hurtos, control de faltantes y daños, así mismo la reducción de obsolescencia de mercadería adquirida.

(Castillo, 2018) Control Interno y su influencia en la Gestión de compras de la Empresa Inversiones Frigoríficas PRC S.A.C de Chimbote, 2018.

La presente investigación es Tesis para obtener el título profesional como contador público, como objetivo principal determinar y describir la influencia del control interno en la gestión de compras de la empresa Inversiones Frigoríficas PRC S.A.C de Chimbote, 2018. Para su desarrollo se empleó el método cuantitativo y correlacional, con diseño no experimental Transversal, empleando una muestra de 15 personas pertenecientes al área de compras de la empresa. Se utilizó como instrumento la encuesta como técnica de recolección de datos y se aplicaron dos cuestionarios; los datos obtenidos se evaluaron a nivel estadístico e inferencial, mediante la prueba de correlación Spearman. Los resultados obtenidos demuestran un nivel bajo en el control interno según el 46.67% de encuestados, bajo ambiente de control según el 40%, bajo nivel de evaluación de riesgos según el 46.67%, bajo nivel en actividades de control según el 60%, bajo nivel de información y comunicación de acuerdo al 46.67% y regular nivel en la supervisión y monitores según el 40%. El 46.67% de encuestados determinó un nivel bajo en la gestión de compras, con bajo nivel en las solicitudes de compras según el 53.33%, bajo nivel de negociación según el 53.33% y nivel regular en recepción de bienes según el 53.33% de encuestados. Además, se determinó que existe una relación estadísticamente significativa

entre el control interno y la gestión de compras (coeficiente Spearman =0.838,  $p<0.01$ ). Se concluye que el control interno ejerce influencia directa y con alta confiabilidad sobre la gestión de compras de la empresa, de tal forma que al incrementarse el control interno se mejora el proceso de compras.

(Olivera, 2018) Evaluación del control interno del proceso de compras en el sector Hotelero, Cuzco, 2017.

En la presente investigación es para una tesis de Grado que como objetivo es describir el estado actual del sistema de control interno en el proceso de compras en el sector hotelero de la ciudad del Cusco – 2017, así como describir el estado del desarrollo organizacional del proceso de compras en el sector Hotelero, de desarrollo con el método el estudio de tipo descriptivo no experimental. Se tomó una muestra de 20 personas del departamento del área de compras, correspondiente a 10 hoteles a los cuales se les administro un cuestionario de sistema de control interno en el proceso de compras. El análisis estadístico se realizó con el SPSS versión 24, las confiabilidades de ambas secciones del cuestionario obtuvieron un Alpha de Cronbach alto (0.97), por lo tanto, es confiable. Se encontró que todas las dimensiones del

Sistema de control interno en el proceso de compras fueron percibidas favorablemente; en el desarrollo organizacional del proceso de compra (85%-15%), Siendo que el mayor porcentaje de los encuestados establecen que en el sector hotelero indican que si existe niveles de organización adecuados para el proceso de compras, considerando las respuestas de los encuestados. De acuerdo a los resultados se concluye que el sistema de control interno en el proceso de compras del sector hotelero de Cusco- 2017 es adecuado (79,6%) , ya que en la mayoría de los hoteles de 5 estrellas; teniendo en cuenta los resultados encontrados evidencian, que tanto el desarrollo organizacional como el sistema de compras; tienen los elementos suficientes para su adecuada ejecución ya que la generación de órdenes de compra es pertinente

en los diferentes casos; lo mismo sucede con el sistema de revisión de compras, el seguimiento que realiza el personal y las posibilidades de negociar cualquiera compra.

#### **1.4.2. Bases Teóricas Control Interno en el Área de Compras.**

##### **1.4.2.1. Control.**

###### **Concepto del Control.**

Es un conjunto de actividades, procesos, mecanismos, estructuras que son definidas para prevenir desvíos respecto a lo planeado, que serán corregidos mediante métodos, sistemas designados, para asegurar el cumplimiento de los objetivos de una empresa u organización.

Se requiere tener conocimiento de los sistemas que tendría que desarrollar la correlación existente entre estas acciones, y las eliminación de obstáculos que puedan afectar al logro trazado, un buen control debe detectar, indicar, errores actuales, para prevenir errores futuros de dirección, planeación, etc.

Según (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2016, p. 496). Las técnicas y los sistemas de control son en esencia los mismos para controlar el efectivo, los procedimientos administrativos, la ética organizacional, la calidad del producto y cualquier otra cosa. El proceso de control básico, en cualquier lugar y para lo que sea que se controle, incluye tres pasos:

**Establecimiento de Estándares:** el primer paso del proceso de control será establecer esos planes; sin embargo, dado que éstos varían en detalles y complejidad y que, por lo común, los administradores no pueden vigilar todo, se establecen estándares especiales. Los estándares simplemente son criterios de desempeño, los puntos seleccionados de todo un programa de planeación en los que se establecen medidas de desempeño para que los administradores reciban indicios sobre cómo van las cosas y no tengan que vigilar cada paso en la ejecución de los planes.

**Medición del Desempeño:** Aun cuando no siempre sea posible, la medición del desempeño frente a los estándares debería hacerse apropiadamente de forma anticipada para detectar las desviaciones antes de que ocurran y evitarlas mediante acciones apropiadas. El administrador que está alerta y tiene visión de futuro puede, en ocasiones, predecir posibles desviaciones de los estándares; sin embargo, en ausencia de tal capacidad éstas deben descubrirse tan pronto como sea posible.

**Corrección de Desviaciones:** Los estándares deben reflejar los diversos cargos en la estructura de una organización, ya que si el desempeño se mide apropiadamente, es más fácil corregir las desviaciones. Los administradores saben con precisión dónde deben aplicarse las medidas correctivas en la asignación de los deberes individuales o de grupo

#### **1.4.2.2. Control Interno.**

##### **Conceptos de Control Interno.**

(Mantilla, 2013) Algunas cosas están bajo nuestro control y otras no. Las que están bajo nuestro control son opinión, búsqueda, deseo, aversión, y, en una palabra, cualesquiera que sean nuestras propias acciones. Las cosas que no están bajo nuestro control son cuerpo, propiedad, reputación, comando, y, en una palabra, cualquiera que no sea acción nuestra.

(Holmes, 2015). El control interno constituyen métodos que sigue una compañía para proteger sus activos, para protegerse contra erogaciones impropias de sus activos, para protegerse contra la incurrencia de obligaciones inadecuadas, para asegurar la exactitud y confiabilidad de toda la información financiera y de operación, para juzgar la eficacia de las operaciones, para medir la adhesión a las políticas establecidas por la compañía.

(Coopers & Lybrand, 2015, pág. 18). El control interno se puede definir como el sistema integrado de control, tanto financiero como de otro tipo, que implanta la dirección con objeto de llevar acabo de manera ordenada, la gestión de su organización, salvaguardar sus

activos, y asegurar, dentro de lo posible, la corrección y fidelidad de los registros. Se podrá comprobar que el concepto del control interno no solo se refiere a temas financieros contables y a la custodia de los activos, si no que incluye controles destinados a mejorar la eficiencia operativa y asegurar el cumplimiento de las políticas de la organización.

**Arens (2007, citado por Rodríguez y Vega 2016)** Manifiesta que se refiere a legislaciones y procesos (también designados controles) enfocados en brindar la seguridad administrativa de que se va a poder alcanzar los objetivos planteados por una entidad. De este modo, implementar un efectivo sistema de control interno.

**Estupiñan (2015, citado por Llacsá Madelaine)** Asegura que no solo implica un plan organizativo y una serie de metodologías y procesos que velen por la debida protección de activos, sino que también asegura la presentación de registros contables acorde a los lineamientos administrativos. De este modo, la salvaguarda de bienes y activos de la organización, la ratificación de la Confiabilidad de datos administrativos y contables, la promoción del respeto y lineamiento a los regímenes implantados y la consumación de logros y metas se establecen como sus fundamentales objetivos.

**Según** (Arens, Alvin, & Randal, AUDITORIA UN ENFOQUE INTEGRAL, 2015) un sistema de Control Interno consiste en políticas y procedimientos diseñados para proporcionar una seguridad razonable a la administración de que la compañía va a cumplir con sus objetivos y metas, A estas políticas y procedimientos a menudo se les denomina controles, y en conjunto, estos comprenden en control interno de la entidad. Por lo general, la administración cuenta con tres objetivos:

#### **1.4.2.3. Objetivos Para El Diseño De Un Sistema De Control Interno.**

**Confiabilidad De Los Informes Financieros:** La administración es responsable de preparar los estados financieros para los inversionistas, los acreedores y otros usuarios. La Administración tiene la responsabilidad legal y profesional de asegurarse de que la información

se presente de manera imparcial de acuerdo con los requisitos de información, como los principios de contabilidad generalmente aceptados. El objetivo del control interno efectivo sobre los informes financieros es cumplir con las responsabilidades de los informes financieros.

**Eficiencia Y Eficacia De Las Operaciones:** Los controles dentro de una empresa tienen como objetivo invitar a la usa eficaz y eficiente de sus recursos con el fin de optimizar las metas de la compañía. Un objetivo importante de estos controles es la información financiera y no financiera precisa de las operaciones de la empresa para tomar decisiones.

**Cumplimiento Con Las Leyes Y Reglamentos:** Se requiere que las organizaciones públicas, no públicas y sin fines de lucro sigan varias leyes y reglamentaciones. Algunas solo tienen una relación indirecta con la contabilidad, como las leyes de protección ambiental y derechos civiles. Otras tienen relación con la contabilidad, como reglamentaciones de impuestos sobres la renta y el fraude.

Según (Del Toro & Armada, 2013) Existe un objetivo más.

**Control de los Recursos, de todo tipo a disposición de la entidad:** Tener en cuenta que el control de los recursos es una de las bases elementales del Control Interno, y no sólo porque tribute a la toma de medidas en la ocurrencia de cada hecho, sino porque han de crearse todos los mecanismos necesarios para garantizar el control preventivo de los mismos. En consecuencia, la entidad deberá crear en cada uno de sus procedimientos la base del control de los recursos, estableciendo mecanismos donde tanto el trabajador como los funcionarios logren interiorizar el nivel de responsabilidad que les corresponde en cada caso.

#### **1.4.2.4. Principios De Control Interno.**

**Según** (Juan, CONTROL INTERNO, 2016) Los procedimientos de comprobación y control interno varían en cada empresa. Sin embargo, los principios fundamentales de control interno pueden resumirse en los siguientes numerales:

- a) Es necesario establecer responsabilidades.

- b) Las operaciones y el registro contable de las mismas tienen que estar separadas.
- c) Las operaciones comerciales no deben quedar a cargo de una sola persona.
- d) Las tareas de los diferentes puestos de trabajo deben figurar siempre por escrito.
- e) La selección adecuada del personal debe considerarse fundamental.
- f) Los periodos vacacionales no deben ser únicamente al personal de menos responsabilidades, por el contrario, han de disfrutarlos de igual modo las personas de máxima autoridad y responsabilidad.
- g) Debe crearse un buen sistema de archivo y correspondencia.

#### **1.4.2.5. Componentes Del Control Interno.**

**Según** (Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Treadway Commission, 2013). Una organización adopta misión y Visión, establece los objetivos que quiere lograr, y formula planes para alcanzarlos. Los objetivos pueden ser establecidos para una entidad en su conjunto o ser dirigidos a actividades específicas dentro de la entidad. Aunque muchos objetivos son específicos para una entidad en particular, algunos son ampliamente compartidos.

Para lograr los objetivos (Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Treadway Commission, 2013). Indica cinco componentes y principios del control Interno:

#### **Ambiente de Control.**

El ambiente de control es el conjunto de normas, procesos y estructuras que sirven de base para llevar a cabo el control interno en la organización. El Consejo y la alta gerencia establecen las pautas con respecto a la importancia del control interno y las normas de conducta esperadas.

1. La organización demuestra compromiso con la integridad y los valores éticos
2. El Consejo demuestra independencia de la gerencia y ejerce vigilancia sobre el desarrollo y el desempeño de los controles internos.



3. La gerencia establece, con la vigilancia del Consejo, las estructuras, las líneas de subordinación, así como las autoridades y responsabilidades apropiadas para el logro de los objetivos.
4. La organización demuestra el compromiso de atraer, desarrollar y retener a individuos competentes en alineación con los objetivos.
5. La organización hace a los individuos responsables por sus funciones de control interno en la búsqueda de los objetivos.

#### **Evaluación del Riesgo.**

La evaluación del riesgo consiste en un proceso dinámico e iterativo para identificar y analizar riesgos para el logro de objetivos de la entidad, formando una base para determinar cómo se deben manejar los riesgos. La gerencia considera los posibles cambios en el entorno externo y dentro de su propio modelo de negocio, que puedan obstaculizar su capacidad para lograr sus objetivos.

Hay cuatro principios relativos a la evaluación del riesgo:

6. La organización especifica objetivos con suficiente claridad para permitir la identificación y evaluación del riesgo relacionado con los objetivos
7. La organización identifica los riesgos para el logro de sus objetivos a través de la entidad y analiza los riesgos como base para determinar cómo se deben manejar los riesgos.
8. La organización considera el potencial de fraude en la evaluación de los riesgos para el logro de los objetivos.
9. La organización identifica y evalúa los cambios que podrían afectar significativamente el sistema de control interno.

### **Actividades de Control.**

Las actividades de control son las medidas establecidas por las políticas y procedimientos para asegurar que se cumplan las directivas de la gerencia para mitigar los riesgos para el logro de los objetivos. Las actividades de control se llevan a cabo en todos los niveles de la entidad y en las distintas etapas en los procesos de negocio, así como sobre el entorno tecnológico.

Hay tres principios relacionados con actividades de Control:

10. La organización selecciona y desarrolla actividades de control que contribuyen a la mitigación de los riesgos para el logro de objetivos a un nivel aceptable.
11. La organización selecciona y desarrolla actividades de control general sobre la tecnología para apoyar el logro de los objetivos.
12. La organización implementa las actividades de control a través de políticas que establecen lo que se espera y los procedimientos que ponen en práctica las políticas.

### **Información y Comunicación.**

La información es necesaria en la entidad para que se lleven a cabo las responsabilidades de control interno en apoyo del logro de sus objetivos. La comunicación se produce tanto a nivel interno como externo y proporciona a la organización la información necesaria para llevar a cabo los controles día a día. La comunicación permite al personal entender sus responsabilidades de control interno y su importancia para el logro de los objetivos.

Hay tres principios relativos a la información y comunicación:

13. La organización obtiene o genera, y utiliza, información relevante y de calidad para apoyar el funcionamiento de los otros componentes del control interno.

14. La organización comunica internamente la información, incluyendo los objetivos y responsabilidades de control interno, necesarios para apoyar el funcionamiento de los otros componentes del control interno.
15. La organización se comunica con partes externas sobre asuntos que afectan el funcionamiento de los otros componentes del control interno.

#### **Actividades de Supervisión.**

Las evaluaciones continuas, evaluaciones independientes, o una combinación de ambas, se utilizan para determinar si cada uno de los cinco componentes de control interno, incluidos los controles para efectuar los principios dentro de cada componente, están presentes y en funcionamiento. Los resultados son evaluados y las deficiencias se comunican oportunamente, reportando los asuntos graves a la alta gerencia y al Consejo.

16. La organización selecciona, desarrolla y lleva a cabo evaluaciones continuas y/o independientes para determinar si los componentes del control interno están presentes y en funcionamiento.
17. La organización evalúa y comunica las deficiencias de control interno, de manera oportuna, a las partes responsables de tomar acciones correctivas, incluyendo la alta gerencia y el Consejo, según sea el caso

#### **1.4.2.6. Límite Del Control Interno.**

**Según Rojas (2015, citado por Pérez, Leoncio)** Cuando se habló de los objetivos que deben perseguir en el diseño y la planificación de los controles interno, se vio que se busca evitar errores y ganar confianza en la obtención de resultados de la operación. Esto en la realidad económica muchas veces es impracticable. Sucede que todo diseño de control muchas veces se encuentra con límites que hacen del mismo un procedimiento impracticable.

Si encontramos alguna limitación en lo establecido previamente, podemos reforzar dicho control o hasta suplantarlo por uno más detallado y eficiente que proporcione satisfacción en los resultados esperados. Esta solución puede dar respuesta a la segunda inquietud: Se puede hacer un ambiente totalmente controlado. Pero esta afirmación podría caer en un perjuicio económico, dado que controlar al máximo una operación o grupos de operaciones puede ser no rentable económicamente hablando.

Así mismo (**Coopers & Lybrand, 2015**). Indica que existen limitaciones inherentes a la aplicación efectiva de cualquier sistema de Control Interno, Ningún sistema, por muy completo que sea, puede garantizar por sí mismo una administración eficiente y el que los registros sean completos y correctos, tampoco puede evitar el fraude, especialmente si hay connivencia entre las personas que ostentan cargos de confianza.

#### **1.4.2.7. Control Interno En El Área De Compras.**

(Singaucho, 2016) Desarrolla que es un programa que se organiza entre ciclo contable, actividades de personal, técnicas coordinadas, políticas que tienen por naturaleza conseguir datos severos, óptimos y certeros contagiando a la eficiencia de las actividades de cotización y adquisición. Tiene los siguientes fines:

- Conseguir datos creíbles y precisos que contribuyan al proceso de tomar decisiones.
- Decretar una serie de normas que permita una buena adquisición.
- Evitar desfalcos en las compras por beneficios en contabilidad.
- Incentivar la competencia de los empleados del área de compras.
- Inspeccionar de manera correcta y confiable las compras de mercadería.

Según (Coopers & Lybrand, 2015). Los principios y objetivos de un sistema sólido de

Control Interno en el área de Compras son los siguientes:

a) Los compromisos de compra solo deben formalizarse tras obtener la oportuna autorización, para asegurarse de que se ha pedido únicamente la clase y cantidad de bienes y servicios que se necesitan, y que se compra en las condiciones más ventajosas.

b) El cliente debe recibir solo lo que ha pedido y, además, en buen estado. Asimismo, es conveniente establecer un control sobre las mercancías y servicios recibidos que sirva de base para determinar y registrar la obligación por bienes y servicios recibidos pendientes de anotación en las cuentas de proveedores y para la anotación correcta en los registros detallados de existencia.

c) Se debe establecer un control sobre las mercancías devueltas y reclamaciones a proveedores como base para la obtención de notas de abono por dichas partidas y para practicar las anotaciones correctas en los registros detallados de existencia.

d) Las facturas y su correspondencia documentación deben ser adecuadamente comprobadas y aprobadas como válidas antes de ser anotada en las cuentas de proveedores.

e) Todas las transacciones válidas correspondientes a proveedores (facturas de proveedores, notas de crédito y ajustes), y solamente aquellas que sean válidas, deben ser registradas con precisión en los registros contables.

#### **1.4.2.8. Gestión De Compras.**

**Singaicho (2015 citado por Mendoza, Frank)** El departamento de compras es el elemento principal en el área de logística y esencial en la gerencia de la empresa los desembolsos por concepto de consumo y de servicio, constituyendo los costos más fuertes de la empresa pudiendo equilibrar el sistema financiero de la empresa.

Entre las actividades más relevantes en el área de compras tenemos:

- Planificación de los objetivos del área de compras
- Políticas para selección y designación de proveedores.
- Políticas y criterios de compras
- Supervisar actividades del área
- Recepción de solicitudes de requerimientos del área de control de inventarios.
- Procedimiento para iniciar, revisar y aprobar órdenes de compra.
- Verificación de calidad, cantidad y precio.
- Investigación del mercado de proveedores.
- Negociación con los proveedores.

#### **1.4.2.9. Pasos De Control Interno En El Rubro De Compras.**

Para una correcta adquisición de compras se tiene que garantizar la eficiencia, así para poder evitar posibles errores, como por ejemplo la ausencia de información y la falta de comunicación de los distintos departamentos por ende se deben aplicar los siguientes pasos.

##### **El Requerimiento De Compras:**

El departamento o área de la empresa que desee solicitar un artículo, deberá presentar un requerimiento explicando detalladamente los artículos que son necesarios para la cadena productiva de la empresa al departamento de compra y no de contabilidad, dentro del departamento de compras habrá personal autorizado para aprobar solicitudes, de esta manera se inicia las operaciones para la adquisición de los artículos solicitados.

##### **La orden De Compra:**

Una vez que el encargado del departamento de compras haya aprobado el requerimiento, se emitirá una orden de compra al proveedor que tenga el mejor precio y estándares de calidad establecidos según la política de la empresa, el número de copias de una orden de compra va a

dependen del tipo de organización de una empresa, distribuyéndose así, el original se enviara al proveedor del bien y el departamento de compras retiene una copia, también se puede enviar al departamento de contabilidad así mismo tendrá que adjuntar la factura cuando se emitida por el proveedor, otra copia al departamento de recepción así como también al departamento que solicito la compra. Las órdenes de compra deben archivarse en orden correlativo para poder tener un adecuado control, así como las que fueron anuladas o canceladas.

### **Recepción:**

Todos los productos o artículos comprados mediante una orden de compra deberán ser contados, pesados e inspeccionados por el departamento de recepción para asegurarse que son efectivamente las solicitadas, y de que están en buen estado, quien a su vez tendrá que preparar un informe de recepción, enviando una copia al departamento de compras, el departamento de recepción no deberá aceptar ningún artículo sin la debida autorización del departamento de compras.

### **Factura Del Proveedor y Pago:**

Antes de que sea aprobadora una factura de un proveedor, el departamento de compras deberá comparar la factura con la orden de compra y el informe de recepción, una vez que dicha factura sea aprobada, el departamento de compras deberá enviar la factura al departamento de contabilidad, de preferencia con una copia del informe de recepción. El departamento de contabilidad comparara la factura con la copia de la orden de compra verificando que todos los artículos o productos sean los mismos en ambas, de igual manera verificara los precios unitarios confirmando que sean los mismos que figuran en la orden de compra, una vez que todo este conforme se procederá al archivo de los documentos, antes de pagar una factura esta deberá estar aprobada por la persona que autoriza los egresos de caja.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de tesis es de tipo descriptivo. Explicará la variable (CONTROL INTERNO).

### 2.2. Diseño de Investigación

El Diseño de investigación que se utilizará es el diseño no experimental, debido a que no se está manipulando en forma intencional la variable; esto nos da a entender, que no vamos a manipular la variable control interno. Ya que analizaremos las investigaciones existentes

### 2.3. Variables, Operacionalizacion

#### 2.3.1. Identificación de Variables.

- Variable: Control Interno

### 2.4. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Los materiales que se utilizaran dentro de nuestra investigación en las distintas etapas se están desarrollando en base a tesis, artículos, libros, computadoras, cuadros estadísticos, etc.

#### 2.4.1. Unidad de estudio.

Nuestra unidad de análisis para la investigación está conformada por las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

#### 2.4.2. Población de Estudio.

Para nuestra investigación se ha tomado en cuenta a la población de nuestro estudio en el sector de **bazares y juguetería** que está constituida por 1300 comerciantes del Centro Comercial, Galería Mercado Central del distrito de Lima, durante el periodo 2019.

#### 2.4.3. Muestra

La muestra es en esencia un subgrupo de la población del cual se recolectan datos y deben ser representativos de la población correspondiente.



Para esta investigación se ha diseñado trabajar con una muestra representativa, debido a que, por razones externas, no se puede investigar a toda la población de 1300 comerciantes del Centro Comercial Mesa Redonda.

El tamaño de la muestra para la población en esta investigación se calculó siguiendo los criterios de Sierra Bravo.

*Imagen 1*

*Fórmula para determinar la muestra*

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N-1) + z^2 * p * q}$$

*Fuente:* Hernández, Fernández, & Baptista, 2011

**Donde:**

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población = 1300

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%,  $z=1.96$

E: Máximo error permisible, es decir un 10%

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

**Imagen 2**

*Fórmula para determinar la muestra de estudio*

$$n = \frac{(1.96)^2(1300) (0.5) (0.5)}{((0.1^2 (1300-1))+ (1.96^2(0.5) (0.5))}$$

$$n = 89$$

*Fuente:* Elaboración propia

Se ha utilizado el método de sierra Bravo, se aplicó la fórmula para poder determinar el tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población. En la presente investigación se tomará la muestra conformada por un total de 89 comerciantes del sector bazares y juguetería del Centro Comercial, Galería Mercado Central del distrito de Lima, año 2019.

**Características de la muestra**

- Sexo: masculino y femenino
- Edad: mayor de edad
- Persona natural o jurídica
- Sector: Comercial de bazares y juguetería

**2.5. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

*Tabla 1. Técnica e Instrumento.*

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>	

### **La encuesta.**

La encuesta permite recolectar información importante concerniente al Control Interno, mediante las empresas que son encuestadas, en este caso para la obtención de los resultados del objetivo específico 1, 2, 3,4 y 5 se encuestó a las empresas de Galería Mercado central sección (Bazares y juguetería) En área de compras, con la finalidad de obtener información y en base a ello se explique de la realidad situacional en cuestión.

### **El cuestionario**

Según (Ruiz, 2012) los cuestionarios en el proceso de investigación son una práctica común socorrida por los investigadores.

### **Confiabilidad**

Según (Cruzado, 2014) Una pregunta es confiable si significa lo mismo para todos los que la van a responder. Se puede confiar en una escala cuando produce constantemente los mismos resultados al aplicarla a sujetos similares. La confiabilidad implica consistencia. El investigador debe asegurarse que el tipo de persona a quien se le van a hacer las preguntas tenga la información necesaria para poder responder.

### **Validez**

Según (Cruzado, 2014) Una pregunta es válida si estimula información exacta y relevante. La selección y la redacción influyen en la validez de la pregunta. Algunas preguntas que son válidas para un grupo de personas, pueden no serlo para otro grupo. Entre menos tenga que reflexionar el sujeto, más válida será la respuesta.

Este instrumento está compuesto por un banco de preguntas sobre información relevantes del Sistema de Control Interno, la ventaja es que facilita el trabajo al investigador y está compuesta por dos o tres alternativas para obtener datos necesarios, así para lograr los objetivos propuestos de la investigación.

## **2.6. Procedimiento**

### **2.6.1 Procedimiento de recolección de datos.**

En la presente investigación, CONTROL INTERNO EN EL AREA DE COMPRAS EN LAS EMPRESAS DEL CENTRO COMERCIAL, GALERÍA MERCADO CENTRAL, DISTRITO DE LIMA, 2019 cual propósito buscar ser útil o ser material de apoyo para el público en general pero especialmente para las empresas que guardan relación con el rubro de bazares y juguetería que en su mayoría son pymes.

La recolección de datos se realizó previa visita a los dueños de la empresa o vía telefónica, coordinando para obtener los datos de una manera fiel. Además, se tomó en cuenta que la persona que nos brindó los datos sea realmente el dueño de la empresa comprobándolo con el RUC del contribuyente en la sunat o empresas informales que no se encuentran registradas en sunat, ya que es el dueño quien realmente posee el conocimiento de su empresa.

### **2.4.2 Procedimiento tratamiento y Análisis de datos.**

El Procedimiento de tratamiento y análisis de los datos en la presente investigación, CONTROL INTERNO EN EL AREA DE COMPRAS EN LAS EMPRESAS DEL CENTRO COMERCIAL, GALERÍA MERCADO CENTRAL, DISTRITO DE LIMA, 2019 se realizará utilizando SPSS, que es un programa estadístico (Statistical Package for the Social Sciences) que es uno de los más usados en Estados Unidos así como también en Latinoamérica.

## **2.7. Aspectos Éticos**

### **Respecto de los derechos de autor:**

Acorde con los Principios éticos y el código de conducta de la American Psychological Association (2003), los integrantes en una investigación tienen los siguientes derechos:

➤ Tener conocimiento del porque se realiza la investigación. El uso que se hará de los resultados obtenidos y las consecuencias que podrían contraer.

➤ Negarse a formar parte del estudio y dejarlo, así como también negarse a brindar información.

➤ Otros.

**Respecto al lugar donde se efectúan las investigaciones:**

El espacio y tiempo donde se realizan las investigaciones debe ser respetado, obteniendo los permisos correspondientes para acceder al lugar. Por otro lado al observar y cumplir con las normas del espacio, tener en cuenta que somos invitados, por consecuencia se deberá ser amables, cooperativos, pacientes y respetuosos de las personas con sus creencias y costumbres que podrían tener.

## **CAPÍTULO III. RESULTADOS**

### **3.1 Presentación de Resultado.**

**Objetivo General Nro. 1:** Explicar y describir de qué manera se aplica el control interno en el área de compras de las empresas del centro Comercial, Galería Mercado Central.

**Tabla 2. Tabla de frecuencia.**

Estadísticos									
		¿Usted Tiene Conocimiento de la importancia del Control Interno en el Área de compras?	¿Usted cree que el control interno podría incidir en un buen manejo en el área de compras?	¿Las personas encargadas de las compras de su empresa cuentan con conocimiento del control Interno?	¿Usted tiene conocimiento o sobre un diseño de sistema del control Interno en el área de compras?	¿Usted Tiene Conocimiento o que el control interno ayuda al cumplimiento de las leyes?	¿Usted cree que el conocimiento o sobre el control interno ayuda a salvaguardar los recursos para evitar pérdidas, mal uso o daño en el área de compras?	¿Usted cree que el control Interno ayuda a la ejecución ordenada, eficiente, económica y efectiva de las operaciones de compras?	¿Cree usted que las estrategias del control interno son adecuadas para el logro de sus objetivos en el área del control interno?
N <sup>a</sup>	Válido	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>	89 <sup>a</sup>
	Perdidos <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>
Nota: Conjunto de datos de la encuesta del objetivo general									

Fuente: **Elaboración propia**

**Tabla 3. Pregunta Nro. 1.**

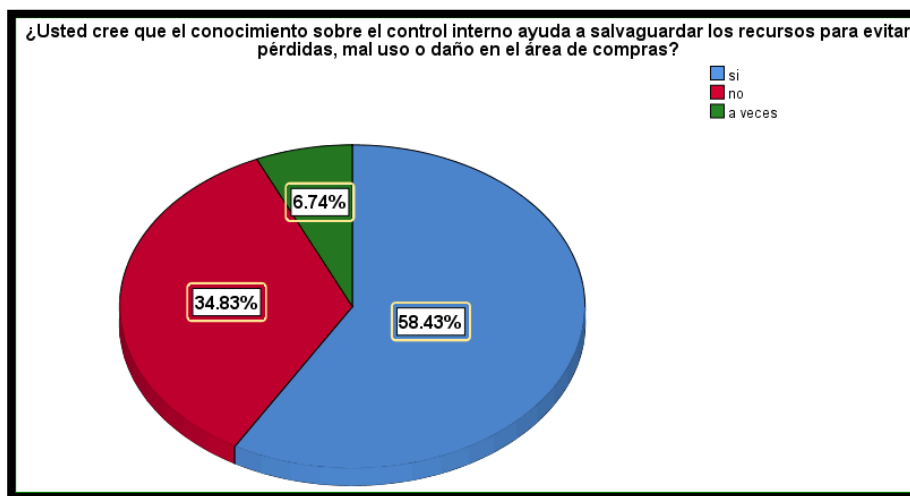
*¿Usted cree que el conocimiento sobre el control interno ayuda a salvaguardar los recursos para evitar pérdidas, mal uso o daño en el área de compras?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	52	58.4	58.4	58.4
	No	31	34.8	34.8	93.3
	A veces	6	6.7	6.7	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

*Fuente:* Elaboración Propia

**Figura 1**

*Grafico Circular*



*Fuente:* Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 58.43% tiene conocimiento sobre el control interno que ayuda a salvaguardar los recursos para evitar pérdidas, mal usos o daño, 6.74% tienen muy poco conocimiento y 34.83% no tiene conocimiento alguna sobre ello.

En base a esta información de los 100% encuestados la mayoría si tiene conocimiento sobre cómo podría el control interno ayudar a salvaguardar los recursos para evitar pérdidas,

bien se conoce que el control interno puede detectar desviaciones que se presenta en la empresa permitiendo optimizar los recursos con una adecuada administración por lo cual presentaría un efecto positivo.

**Tabla 4. Pregunta Nro. 2.**

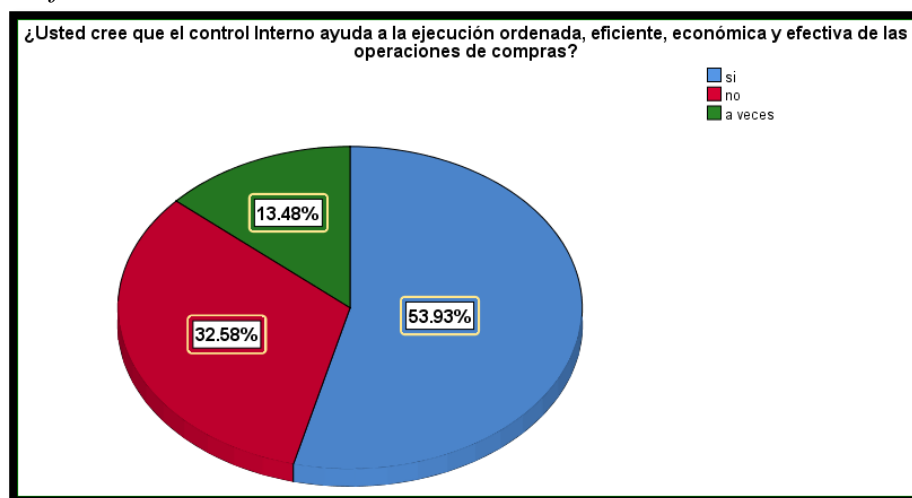
*¿Usted cree que el control Interno ayuda a la ejecución ordenada, eficiente, económica y efectiva de las operaciones de compras?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	48	53.9	53.9	53.9
	No	29	32.6	32.6	86.5
	a veces	12	13.5	13.5	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 2**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 53.93% creen que el control interno les ayudaría a la ejecución ordenada, eficiente, económico, y efectiva de las operaciones de compra, 13.48% creen que a veces ayudaría a la ejecución, 32.58% no tienen conocimiento alguna.



En base a esta información de los 100% encuestados, mayoría opta que el control interno ayudaría en la ejecución adecuada y ordenada de las operaciones de compra por lo cual conlleva a un efecto positivo.

**Tabla 5. Pregunta Nro. 3.**

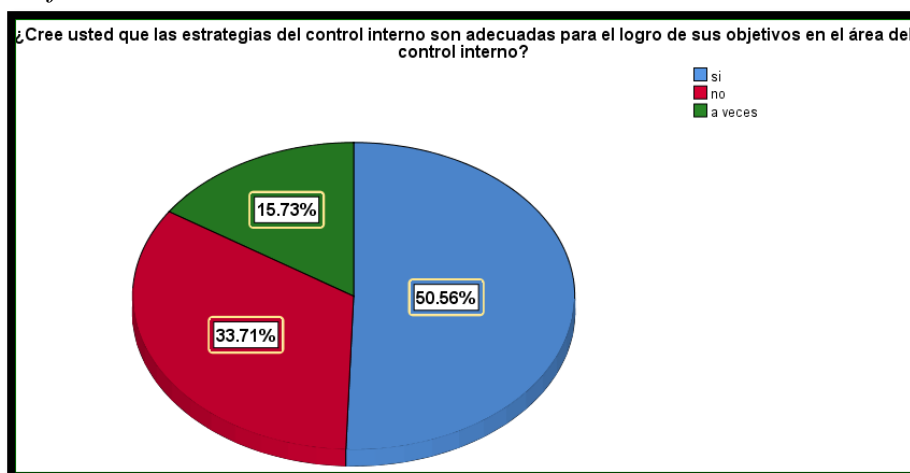
¿Cree usted que las estrategias del control interno son adecuadas para el logro de sus objetivos en el área del control interno?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	50.6	50.6	50.6
	No	30	33.7	33.7	84.3
	A veces	14	15.7	15.7	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 3**

Grafico Circular



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 50.56% creen que las estrategias

del control interno son adecuadas para el logro de sus objetivos en el área de control interno, 15.73 % piensan que solo seria a veces, y el 33.71% no tiene conocimiento.

En base a la información, encontramos que el 50.56% de los encuestados afirman que las estrategias de control interno son adecuados para el logro de sus objetivos que mediante ello lograrían competitividad, por eso es importante que funcione las estrategias del control interno

**Objetivo específico Nro. 1:** Describir el Ambiente del control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

**Ambiente de Control.**

**Tabla 6. Pregunta Nro. 4.**

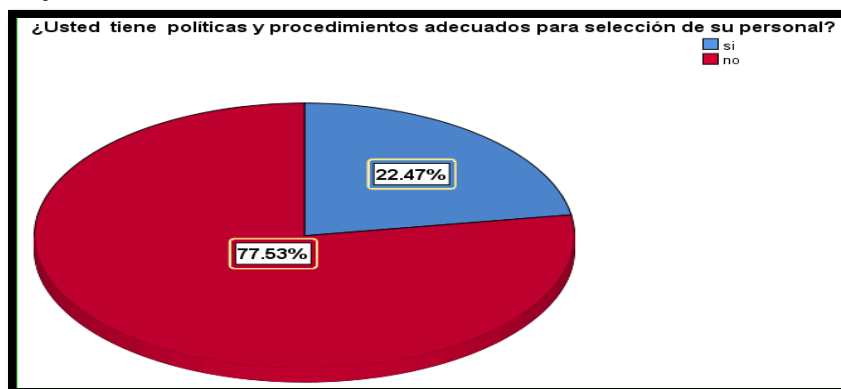
*¿Usted tiene políticas y procedimientos adecuados para selección de su personal en el área de compras?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	22.5	22.5	22.5
	No	69	77.5	77.5	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 22.47% tienen políticas, procedimientos adecuados para su selección de personal, y 77.53 % no tienen procedimiento.

En base a la información de los 100% encuestados podemos deducir una situación muy alarmante, lo cual refleja que algunas empresas no están dando importancia al componente más importante del control interno ya que estos procedimientos otorgan ordenamiento al área de selección.

**Tabla 7. Pregunta Nro. 5.**

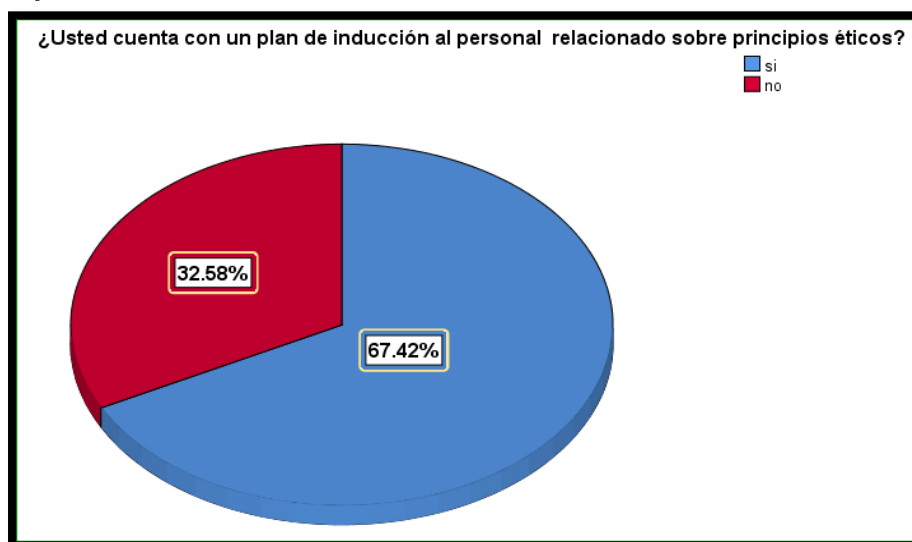
*¿Usted cuenta con un plan de inducción al personal relacionado sobre principios éticos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	60	67.4	67.4	67.4
	No	29	32.6	32.6	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

**Figura 5**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 67.42% tienen un plan inducción para el personal, y 32.58 % no tienen inducción sobre principios éticos.

En base a la información de los 100% encuestados podemos deducir una situación considerable, lo cual refleja que solo algunas empresas no tienen un plan de inducción al personal sobre principios éticos, por lo cual sería un efecto positivo.

**Objetivo específico Nro. 2:** Describir la evaluación del Riesgo en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

### Verificación de Riesgos

#### *Tabla 8. Pregunta Nro. 6.*

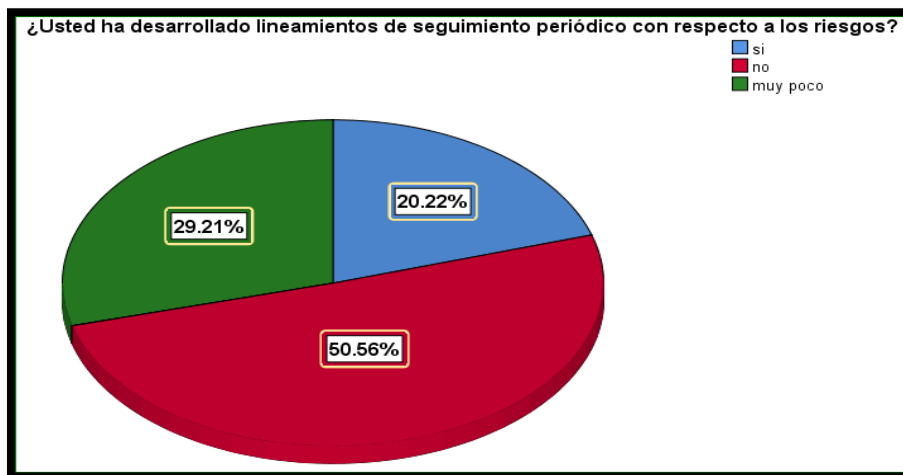
*¿Usted ha desarrollado lineamientos de seguimiento periódico con respecto a los riesgos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	20.2	20.2	20.2
	No	45	50.6	50.6	70.8
	Muy poco	26	29.2	29.2	100.0
Total		89	100.0	100.0	

*Fuente:* Elaboración Propia

**Figura 6**

*Grafico Circular*



*Fuente:* Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 20.22% han desarrollado lineamientos de seguimiento periódico con respecto a los riesgos, 29.21% no tiene mucho conocimiento y 50.56% no han desarrollado lo mencionado.

En base a la información de los 100% encuestados la mayoría no han desarrollado lineamientos lo cual refleja que las empresas no identifican los riesgos a los que están expuestos porque a través de la identificación de riesgos se bueno evaluar los riesgos o la vulnerabilidad del sistema.

**Tabla 9. Pregunta Nro. 7**

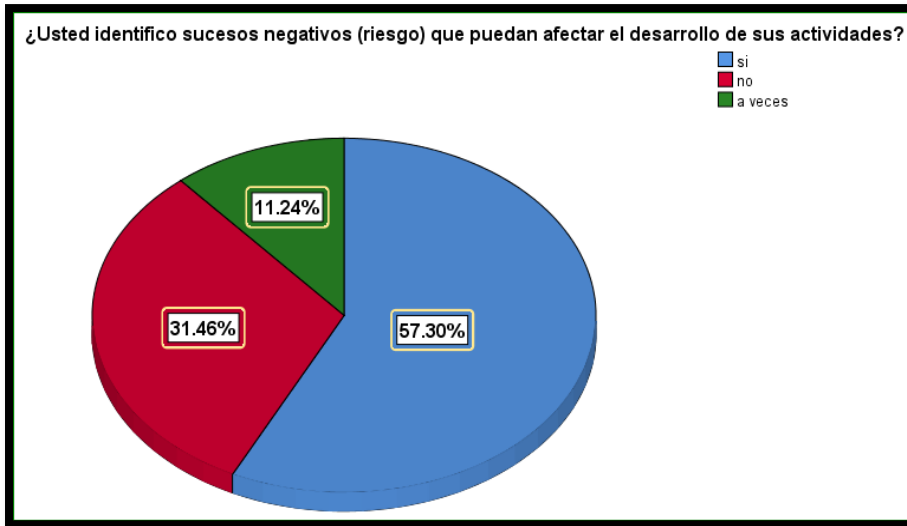
¿Usted identifico sucesos negativos (riesgo) que puedan afectar el desarrollo de sus actividades?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	51	57.3	57.3
	No	28	31.5	88.8
	A veces	10	11.2	100.0
Total	89	100.0	100.0	

*Fuente:* Elaboración Propia

**Figura 7**

*Grafico Circular*



*Fuente:* Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 57.30% identificaron sucesos negativos, 31.46% no identificaron sucesos y 11.24% a veces identificaron sucesos negativos que pudieran afectar el desarrollo de sus actividades.

En base de la información de los 100% encuestados se puede observar que un poco más de la mitad de los encuestados si logran identificar sucesos negativos en sus actividades, debiendo mejorar en este aspecto para que de esta manera se encuentren preparados, y no afecten el desarrollo de todas sus actividades.

**Objetivo específico Nro. 3:** Describir la Actividad de control en el Área de Compras

de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

**Actividades de Control.**

**Tabla 10. Pregunta Nro. 8.**

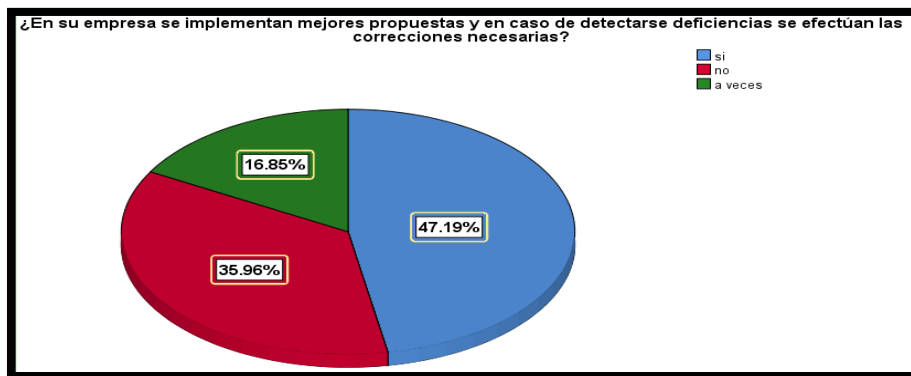
*¿En su empresa se implementan mejores propuestas y en caso de detectarse deficiencias se efectúan las correcciones necesarias?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	42	47.2	47.2	47.2
	No	32	36.0	36.0	83.1
	A veces	15	16.9	16.9	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 8**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 47.19% han implementado mejores propuestas, 16.85 a veces implementan mejores propuestas y 36.96% no han desarrollado lo mencionado.

En base de la información de los 100% encuestados la mayoría está llevando a cabo en su totalidad las acciones necesarias para identificar y valorar los riesgos.

**Tabla 11. Pregunta Nro. 9.**

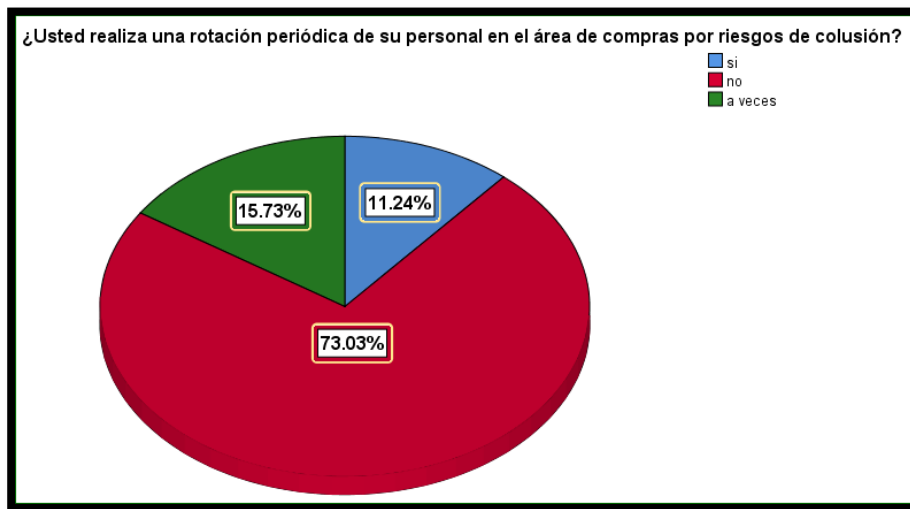
*¿Usted realiza una rotación periódica de su personal en el área de compras por riesgos de colusión?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	11.2	11.2	11.2
	No	65	73.0	73.0	84.3
	A veces	14	15.7	15.7	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 9**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 11.24% han realizado una rotación periódica de su personal, 73.03% no han realizado una rotación periódica y 15.73% lo realizan a veces.



En base de la información de los 100% encuestados mayormente no manejan personal por ser empresa pequeñas y lo que tienen no realizan una rotación de su personal en el área de compras, lo que podría ocasionar que se den ciertos casos de colusión entre los empleados.

**Objetivo específico Nro. 4:** Describir la Información y Comunicación en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

**Información y Comunicación**

**Tabla 12. Pregunta Nro. 10.**

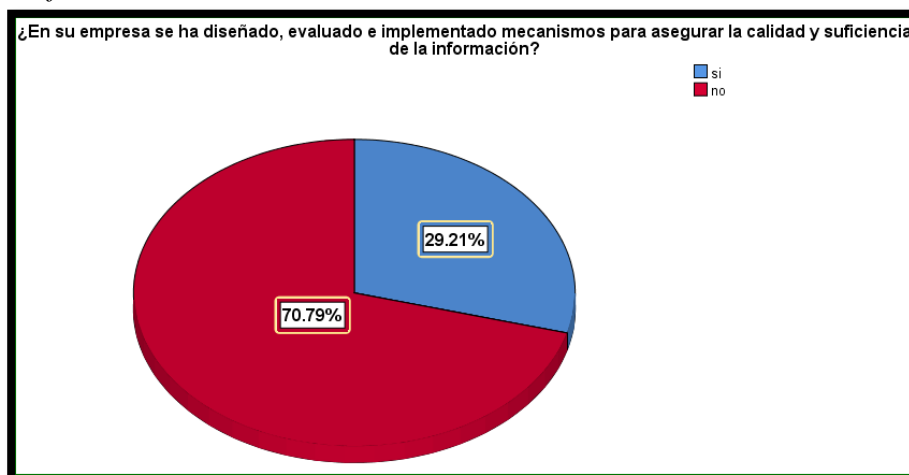
*¿En su empresa se ha diseñado, evaluado e implementado mecanismos para asegurar la calidad y suficiencia de la información en el área de compras?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	26	29.2	29.2	29.2
	No	63	70.8	70.8	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 10**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 29.21% han diseñado, evaluado e implementado mecanismos para asegurar la calidad y suficiencia de la información y el 70.79% no han desarrollado lo mencionado.

En base a la recolección de datos de los encuestados una gran cantidad no han implementado mecanismo para asegurar la calidad de la información que lleva una comunicación fluida, lo cual concuerdo con lo que establece contraloría (2006) señala que debe existir una comunicación efectiva en sentido amplio.

**Tabla 13. Pregunta Nro. 11.**

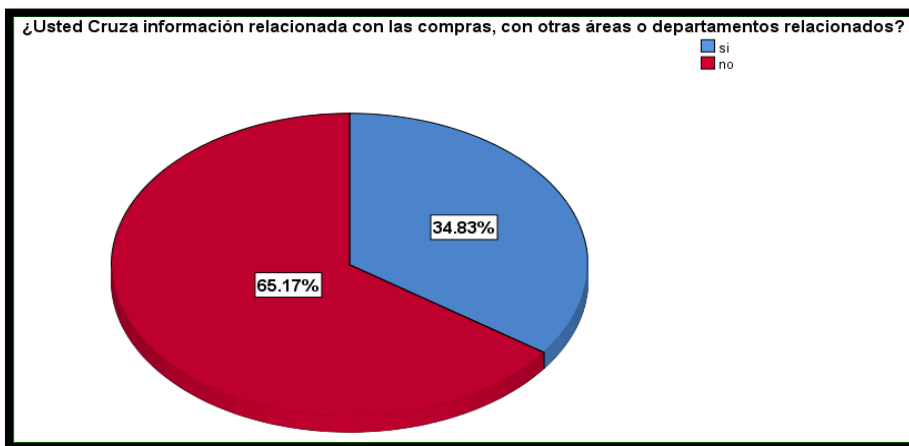
*¿Usted Cruza información relacionada con las compras, con otras áreas o departamentos relacionados?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	34.8	34.8	34.8
	No	58	65.2	65.2	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 11**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 34.83% de los empresarios cruza información relacionada con las compras con otras áreas y 65.17% no lo hacen.

Según la recolección de datos de los 100% encuestados, la mayoría de las empresas no cuentan con varias áreas ya que los empresarios mismos manejan todo y las empresas que si tienen departamentos que son pocos, no relaciona sus compras con otras áreas.

**Objetivo específico Nro. 5:** describir la Actividad de supervisión en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central.

### Supervisión.

**Tabla 14. Pregunta Nro. 12.**

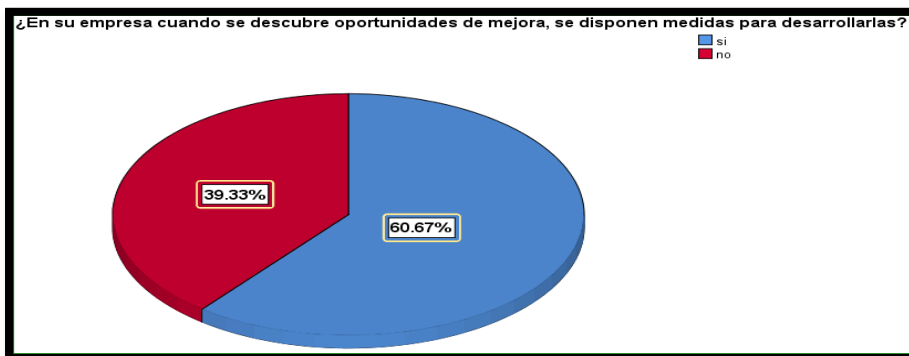
*¿En su empresa cuando se descubre oportunidades de mejora, se disponen medidas para desarrollarlas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	54	60.7	60.7	60.7
	No	35	39.3	39.3	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 12**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 60.67% se disponen medidas para desarrollar si descubren oportunidades y 39.33% no han desarrollado.

Según la recolección de datos de los 100% encuestados, la mayoría de las empresas realizan una supervisión y verificación del desempeño de sus trabajadores esto conlleva a un efecto positivo.

**Tabla 15. Pregunta Nro. 13.**

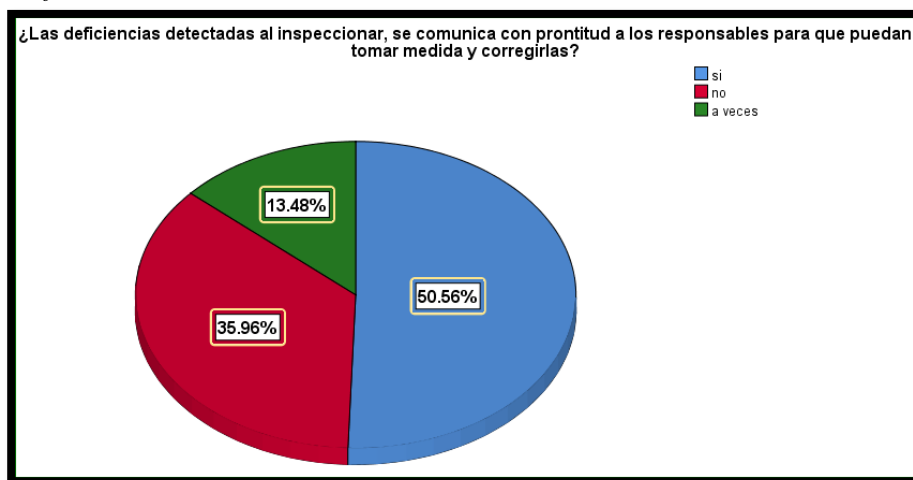
*¿Las deficiencias detectadas al inspeccionar, se comunica con prontitud a los responsables para que puedan tomar medida y corregirlas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	50.6	50.6	50.6
	No	32	36.0	36.0	86.5
	A veces	12	13.5	13.5	100.0
Total		89	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 13**

*Grafico Circular*



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación de Resultado:** La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 50.56% han comunicado con prontitud las deficiencias encontradas a los responsables para q estos puedan tomar las medidas necesarias y poder de esta manera corregirlas, 35.96% no han comunicado las deficiencias encontradas y 13.48% lo realizan a veces.

En base de la información de los 100% encuestados se puede apreciar que solo la mitad cumple con comunicar las deficiencias encontradas, teniendo en consideración que este tema es muy importante cuando hay inspección así para poder corregir los errores que se cometan y de esta manera crecer como empresa y como personas.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión y limitaciones

#### 4.1.1 Limitaciones

En cuanto a las limitaciones que se presentó durante el desarrollo de los hallazgos fue en lidiar con la cita para llevar a cabo la encuesta en profundidad con algunas empresas ya que se tuvo que realizar varias llamadas y a la vez ir haciendo contactos y buscar quien resultaba la persona más indicada que pudiera brindar información que se requería, hasta que finalmente se logró contactar con ellos aunque la búsqueda demoro, debido a que tenían varias actividades que realizar. Por lo cual se entiende que para una investigación es necesario estar consciente de que muchas veces van a tener una desventaja a causa del tiempo y disposición que tenga la gente con la que se planea contar.

#### **Interpretación Comparativa.**

#### **Objetivo General.**

A partir de los resultados, obtuvimos información importante, Objetivo general, “Explicar y describir de qué manera se aplica el control interno en el área de compras de las empresas del centro comercial, Galería Mercado Central”.

En base a esta información de los 100% encuestados la mayoría tienen conocimiento sobre el control interno, no muy técnico pero si para poder desenvolverse y así mismo tienen credibilidad que un buen manejo del control interno se podría aplicar en el área de compras, por lo cual esto conllevaría a un efecto positivo.

La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 30.34% tienen conocimiento sobre la importancia del control interno, mientras el 35.96% tienen poco conocimiento pero es favorable y 33.71% no tienen conocimiento sobre la importancia del control interno. Donde se determinó que solo un

porcentaje minoritario de las empresas tienen conocimiento sobre el control interno, solo algunos inciden que el control interno lleve un buen manejo en el área de compras, eso es porque no fueron capacitados técnicamente, y así mismo algunas empresas concluyen que el control interno ayuda al cumplimiento de las leyes así como para salvaguardar sus recursos.

Solo el 15% capacitan a su personal, 47.19% son los dueños mismos quienes llevan todo el proceso del control interno en el área de compras por ser pequeñas tiendas, además solo el 22% tiene conocimiento sobre un diseño de sistema y 45% tiene tienen estrategias para llevar el logro de sus objetivos en el área de compras, Así mismo, todo personal de los de las empresas debería de estar involucrado con el control Interno en el área de compras en el desarrollo de sus actividades laborales.

Este resultado es consistente con otros estudios realizados (Sanchez, 2016)La influencia del control interno en el área de compras es importante ya que El control aplicado ayuda a corregir y evitar errores, Los controles internos aplicados en esta empresa ayudo a mejorar y corregir área de compras, por lo tanto si influye a llevar controles en el área de compras aunque algunos no manejan adecuadamente ya que no se ajusta a lo que realmente sucede existe deficiencia, los saldos no son los correctos.

Concluye que la aplicación del control interno es fundamental porque permite mejorar la eficiencia y eficacia para no incurrir en errores futuros y asumir gastos innecesarios que pueda poner el riesgo la estabilidad de la empresa

Ahora según los resultados que guardan relación según (Mormontoy, 2017)El manejo de las características de control interno se aplican de manera adecuada permitiendo la implementación de un manual de funciones que facilitara el proceso de inducción al personal, el perfeccionamiento y/o orientación de las funciones y responsabilidades.

### **Primer Objetivo específico**

“Describir el ambiente de control en el área de compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central”, La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas del sector comercial bazar y juguetería de los cuales 20% tienen políticas y procedimientos para su selección de personal en el área de compra y el 69% no tienen políticas ni procedimientos, ya que algunos de ellos son ellos mismos quienes se encargan de todo el área de compras, esto conllevaría a efecto negativo porque para contratar a un personal primero se le tiene que evaluar sus valores éticos, integridad profesional, para que en el futuro no se encuentre errores, así como corrupción, colusión etc.

Este resultado es consistente con otros estudios realizados: (Lozano, 2015), en su investigación “Incidencia del control interno en la Gestión del Área de Compras de la Empresa Ettusa” concluye que el Conocimiento de Control Interno en el área de compras es bajo y no están operando eficientemente, pues los resultados encontrados no son favorables y, por lo tanto requiere de una implementación formal del sistema que asegure el buen uso de los recursos de la empresa, También (Quiroz, 2015) donde nos dice que no tienen un control interno adecuado, afectando a las áreas de mayor movimiento que son las compras, observándose que no cuentan con manual de procedimiento, y no verifican las requisiciones de compras con pedidos realizados. Ello es acorde con lo que en este estudio se halla.

### **Segundo Objetivo específico.**

“Describir la evaluación del Riesgo en el área de Compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central.”,

La muestra está conformada por 89 empresarios de las empresas, de los cuales solo el 20.22% tienen lineamientos de seguimiento periódico con respecto a los riesgos y 29.21% tienen muy poco conocimiento sobre este tema, esto conllevaría a un efecto negativo, algunos



de los empresarios, son quienes ellos mismos realizan una tarea de evaluación inicial, ya que les permite detectar y eliminar riesgos.

Este resultado es consistente con otros estudios realizados (Melos De Los Rios & Uribe Cotacio, 2017) Para estructurar los procedimientos de control requeridos para el proceso de contabilidad y demás procesos de la empresa SAJOMA S.A.S., la gerencia administrativa debe implementar evaluaciones, fortaleciendo el control interno con el diseño de procedimientos de control con los responsables de los diferentes procesos para identificar falencias actuales en realización a cada uno y posibles respuestas a riesgos no identificados.

Así mismo indica (Ramos Rojas, 2017) El desconocimiento e inobservancia de procedimientos definidos para su control y manejo por parte de sus superiores les imposibilita desempeñarse eficazmente en la función que tienen asignada, ya que no conocen las obligaciones a las cuales están sujetos.

### **Tercer Objetivo específico.**

"Describir la Actividad de control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

Según la encuesta a los 89 empresarios solo el 47% implementan mejores propuestas para corregir deficiencias necesarias, para asegurar que se oriente eficazmente al logro de sus objetivos y metas establecidos, controlan el tiempo, realizan cumplimiento de metas y están al tanto de la obtención de resultados, también realizan ciertos criterios para proteger sus recursos y detectar fraude.

(Sosa Perez, 2015) Indica en su tercer objetivo específico, “Indagar la influencia de las actividades de control en la gestión de Compras de la empresa Golden Amazon Group S.A.C.”, cuyo resultado es un proceso regular en cuanto a los manejos como características, aprobaciones y las normas y políticas contables que desarrollan en la empresa. También nos

indica (Vanesa del Valle) La aplicación de acciones de Control interno en forma previa, concurrente y posterior, permiten realizar los ajustes al proceso de Compras, lo que va a concretarse en la mejora del servicio y el alcance de los objetivos institucionales.

(Agustini Paredes , 2016) Es así que el presente trabajo de investigación fue realizado al área de compras, pudiendo determinar que un diagnóstico y propuesta de mejora para la gestión compra tiene un impacto positivo en la productividad de la empresa.

#### **Cuarto Objetivo específico.**

"Describir la Información y Comunicación en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central".

Según encuesta solo el 26 % ha evaluado e implementado mecanismos para asegurar la calidad de la información en el área de compras, mayormente por ser empresas pequeñas y no tienen conocimiento sobre un diseño.

(Marquez Gutierrez, 2017) Realizar cruces de información interna y obtener evidencias en cuanto a las entradas y salidas, la condición del activo, la reducción de desmedros mejorando la rotación y rentabilidad de la empresa, lo cual permitirá mejorar los resultados obtenidos en la investigación, donde solo el 19% (Cuadro N°3) manifiesta que existen controles adecuados en la gestión de existencias. Así mismo para poder mejorar el tema de comunicación la empresa implemento según (Cruzado, 2014) A través de memorandos se le hizo llegar a todo el personal información sobre “Talleres de Actitud e Integración en el Entorno Laboral” así como todo tipo de información relativa a sus responsabilidades sobre operaciones y el control de las mismas, como también de la forma en que las actividades individuales se relacionan con el trabajo de otros colaboradores.

### **Quinto Objetivo Específico.**

"Describir la Actividad de Supervisión en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.

Según la encuesta realizada a los 89 empresarios el 60.7% manejan o tienen conocimiento sobre Supervisión, no muy técnico, pero si descubren oportunidades de mejora están en constante desarrollo, monitoreo, cambio o algunos de ellos ponen medidas para desarrollarlas, ya que ellos indican que las evaluaciones están periódicamente, así para eliminar algún desvío que se encuentre o también colusión.

Según (Coz Inga & Perez Palma, 2017) Indica que la eficiencia en la gestión de fondos fijos se incrementa a través de la supervisión del cumplimiento de los procedimientos de control Interno y de las actividades que realiza el personal de la organización.

(Marquez Gutierrez, 2017) indica que la evaluación constante del sistema de control interno del departamento de compras permitirá que se puedan asignar atribuciones y funciones exclusivamente al departamento de compras y se identifique los procedimientos adecuados para la autorización y ejecución de existencias, así como los sustentos importantes y relevantes que deben tener este proceso, evitando adquisiciones no planificadas, erradas, emocionales, solicitadas por personas o áreas que no tienen facultades para hacerlo, respetando un plan de adquisiciones y que permita que la administración, almacenamiento, control, valoración y rotación de existencias se lleve de una manera eficiente, garantizando de esta manera buenos procesos de adquisición y el mejoramiento de la gestión de las existencias, lo cual debe incidir en una mayor rentabilidad y mejor rotación de las mismas y de esta manera mejore el resultado donde solo el 29% (Cuadro N°1) de los encuestados manifiesta que existen controles adecuados en la adquisición y gestión de las existencias de la empresa.

## 4.2 Conclusiones

Se pudo identificar y describir sobre la importancia de la aplicación del control Interno en el área de compras, a través de un proceso de análisis de información, concluyendo que solo algunas empresas aplican el control interno, debido a la existencia de informalidad. Además son empresas pequeñas y les generaría un costo.

En caso de los objetivos específicos,

1. Se Realizó el análisis del componente ambiente de control interno y se concluye que la mayoría de los empresarios no cuentan con políticas ni procedimientos para su selección de personal, afectando al área de compras, ya que es una área con mayor movimiento, así mismo las empresas no cuentan con un conjunto de directivas en compras, no tienen un personal encargado para el área de compras, no cuentan con políticas de proveedores, no tienen procesos de compras, por lo tanto esas empresas podrían llegar a tener una deficiente gestión. Por otro lado, podemos aclarar que existe un mínimo porcentaje de las empresas que cuentan con personal capacitados.

2. Se realizó el análisis de la evaluación de riesgos y se determinó que los empresarios no tienen mucho conocimiento sobre lineamientos periódicos a seguir, pero la mayoría de ellos identificaron riesgos que puedan afectar a sus actividades y logros de sus objetivos, ante ello están gestionando para que puedan obtener una mejora continua.

3. Se determinó el análisis de la actividad de Control, que las empresas al detectar deficiencias, efectúan correcciones necesarias, también están evaluando en implementar o cambiar propuestas para el logro de sus objetivos, así mismo ellos no realizan rotación de personal, porque la mayoría son pequeñas empresas.

4. Se realizó el análisis del componente información y comunicación, pudiendo concluir que son pocos los que han diseñado mecanismos para asegurar la calidad de información, de igual modo son pocos los que hacen cruce de información con otras áreas porque las empresas son pequeñas.

5. Se determinó el análisis del componente supervisión en el área de compras y se demostró que la mayoría de las empresas de la Galería Centro Comercial, tienen una mejora continua y están en constante supervisión por el negocio mismo que manejan, pero no lo llevan de una manera técnica, a pesar de conocer el control interno, a causa de la informalidad de dichas empresas.

## CAPITULO V. RECOMENDACIONES

▪ Las empresas del centro comercial Galería mercado Central deben de tener un mayor interés en capacitarse sobre el control interno, ya que esto le conllevará a tener una ejecución ordenada, así mismo a construir estrategias para el logro de sus objetivos.

▪ Realizar capacitaciones al personal del área de compras a fin de mejorar el desempeño laboral en cuanto a sus funciones, también se recomienda implementar un reglamento interno, procedimiento de las actividades administrativas y de producción, así mismo actualizando los mismos cada vez que lo requieran, para que de esta forma conozcan sus obligaciones y sus derechos, todo ello con la finalidad de mejorar la organización de funcionamiento y resultados de la gestión.

▪ Las empresas del centro comercial deberían de desarrollar lineamientos de seguimiento periódico, para detectar posibles sucesos negativos que podrían afectar a sus actividades.

▪ Reforzar el control interno, realizando una mejora continua en el Área de Compras, también realizar cotizaciones antes de comprar para obtener mejores precios, contar con un procedimiento para la evaluación y aceptación de proveedores, calidad justa, beneficios económicos, así como resultado se obtendría mayor utilidad.

▪ Diseñar, implementar mecanismos para asegurar la calidad de la información, así mismo, identificar, reunir, cruzar, analizar, clasificar, registrar información que sirve a la administración para comunicar a las distintas áreas que integren a la entidad.

▪ Las deficiencias detectadas se debe comunicar oportunamente a los responsables a fin de que puedan adoptar las medidas necesarias.

## REFERENCIAS

- Arens. (2016).
- Arens, Alvin, & Randal, J. (2015). *AUDITORIA UN ENFOQUE INTEGRAL*. Mexico: Marisa de Anta.
- Becerra, L. (2017). *Cuentas por Cobrar y su Incidencia en la Liquidez de la Empresa "Ademinsa S.A.C."*. TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE CONTADOR PUBLICO, UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS, FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES, LIMA.
- Berrios, L. (2018). *El sistema de detracción y su influencia en la liquidez de las empresas del sector industrial del Perú: caso empresa "BRALEX S.A.C." - Callao, 2017*. TESIS PARA OPTAR TITULO DE CONTADOR PUBLICO, UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES CHIMBOTE, FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, Callao.
- Castillo, V. (2018). *Control interno y su influencia en la gestión de compras de la empresa inversiones Frigoríficas PRC S.A.C de Chimbote, 2018*. Tesis para título Profesional Contador Publico, Universidad Católica Los Angeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, Chimbote.
- Celiz, J. (2018). *ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MEJORAR LA LIQUIDEZ DE UNA EMPRESA EDUCATIVA DE CHICLAYO*. Artículo, Universidad Señor de Sipan, Chiclayo.
- Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Treadway Commission. (2013). *Control interno 2013 - Marco integrado*. Obtenido de Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Treadway Commission: <https://www.coso.org/Pages/default.aspx>
- Coopers, & Lybrand. (2015). *MANUAL DE AUDITORIA*. DEUSTO.
- Coragua. (2016).
- Coz Inga, P. P., & Perez Palma, J. L. (2017). *Control Interno Para la Eficiencia Administrativa de las Empresas Tercerizadoras del Sector Electrico De la Region Central del Pais*. Huancayo.
- Cruzado, M. (2014). *Implementacion de un sistema de control interno en el proceso logístico y su impacto en la rentabilidad de la constructora*. Trujillo.
- Del Toro, J., & Armada, E. (2013). *Control Interno*. La Habana, Cuba: Centro de Estudios Contables Financieros y Seguros.
- Diaz, M. (2015). INMOVILIZACION: EL PUNTO DE PARTIDA DE LA LIQUIDEZ.
- DIAZ, M. (2015). INMOVILIZACION: EL PUNTO DE PARTIDA DE LA LIQUIDEZ.
- Espinoza, D. (2016). *Importancia de los controles internos de gestión área compras como forma de mejorar la efectividad de la gerencia de logística empresa RIDA S.A. 2016*. Tesis de Grado, Universidad Nacional del Callao, Facultad de Negocios, Callao.
- Espinoza, O. (17 de 03 de 2015). EL CONTROL INTERNO. PROCESO DE AUTOELVALUACION DE CONTROLES. *VOLUMEN 9 Nro 18*.
- Holmes, A. (2015). *PRINCIPIOS BASICOS DE AUDITORIA*.
- Hurtado, F. (2018). *Gestion Logistica* (Vol. Primera Edicion). Lima: Fondo Editorial de la UIGV.
- Juan, M. (2016). *CONTROL INTERNO* (Vol. EDICION 1). (U. C. CHIMBOTE, Ed.) CHIMBOTE.
- Juan, M. (2016). *CONTROL INTERNO* (Vol. 1 EDICION). CHIMBOTE: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2016). *ADMINISTRACION, UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL*. MEXICO.
- Lozano, E. (2015). *INCIDENCIA DEL CONTROL INTERNO EN LA GESTION DEL AREA DE COMPRAS*. LIMA.
- Mantilla. (2013). *AUDITORIA DE CONTROL INTERNO*.
- Marquez Gutierrez, S. (2017). *Sistema de Control Interno del Departamento de Compras y su Efecto en la Gestion de las Existencias en la Empresa del Tronico SAC*. Lima.
- Melendez, J. (2016). *CONTROL INTERNO*. CHIMBOTE: 1 EDICION.
- MELENDEZ, J. (2016). *CONTROL INTERNO*. CHIMBOTE: UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE.
- Melos De Los Rios, P. A., & Uribe Cotacio, M. (2017). *Propuesta de Procedimientos de Control Interno Contable para Las empresas Sajoma S.A.S*. CALI.

- Mendoza, F. (2017). *Control interno del área de compras y su Incidencia en la Rentabilidad de la empresa KATEX SAC de Trujillo 2016*. Tesis para obtener Título Contador Público, Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Trujillo.
- Miaja, M. (2017). *Las tendencias actuales en los sistemas de control*. España.
- Milian, J., & Davila, K. (2018). *El control interno del área de compras y su influencia en la rentabilidad del Grupo Consultor y Ejecutor Jarkwey SAC; Santa Cruz 2015*. Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales, Pimentel.
- Mormontoy, A. (2017). *INCIDENCIAS DEL CONTROL INTERNO EN EL AREA DE COMPRAS Y LA OPTIMIZACION DE LA GESTION*. LIMA.
- Olivera, E. (2018). *Evaluación del sistema de control interno del proceso de compras en el sector Hotelero ,Cuzco - 2017*. Tesis de Grado, Universidad Peruana Union, Facultad de ciencias Empresariales, Lima.
- PERU, C. G. (s.f.). *RESOLUCION DE NORMAS LEGALES DE CONTROL INTERNO*. LIMA.
- Quiroz, M. (2015). *CONTROL INTERNO EN EL AREA DE COMPRAS Y SU EFECTO EN LA GESTION ECONOMICA DE LA EMPRESA CONSTRUCCIONES*. TRUJILLO.
- Rabanal, L. (2018). *El factoring y su incidencia en la liquidez de las empresas de revisiones técnicas de embarcaciones del puerto de Salaverry*. Tesis para el título de Contador Público, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Economicas, Trujillo.
- Ramos Rojas, F. (2017). *Propuesta para la mejora del Control Interno en el área de*. Lima.
- Ramos, M. (2015-2016). *El financiamiento y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas agroexportadoras en la región Lima provincias 2015-2016*. Tesis Maestría, Facultad de Economía, Lima.
- Rubio, P. (2015). *MANUAL DE ANALISIS FINANCIERO*.
- Ruiz. (2012).
- Sanchez, J. (2016). *Control Interno en el area de compras de las empresas comercializadoras de Vidrios y Aluminios del Peru*. Trujillo.
- Singaucho. (2016).
- Sosa Perez, L. M. (2015). *EL CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTION CONTABLE DE LA EMPRESA GOLDEN AMAZON GROUP S.A.C*. Lima.
- Tarazona, J. (2016). *Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de las compañías de seguros, año 2015*. Tesis para título Contador Público, Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Lima.
- Vanesa del Valle, M. (s.f.). *Evaluacion y Rediseño del sistema de Control Interno, en el sector de compras, Del Hospital Municipal Arturo Illia de la Localidad de Calera*. Legajo.



## ANEXOS

### ANEXO N° 1

*Tabla 16. Operacionalización de variables*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Objetivo	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
<b>Control Interno (Independiente)</b>	Según Kohler (1995, citado por Quiroz, María) define al control interno como uno de los medios para supervisar, dirigir las operaciones de la empresa, tiene una metodología general con la que se lleva a cabo una buena administración dentro de la organización.	El control se entiende por un conjunto de conocimientos, métodos y estrategias por lo cual se lleva hacia la identidad, a verificar la exactitud, la veracidad, la informalidad, para incentivar la eficiencia y lograr el cumplimiento de los objetivos a lo que lleva una buena administración.	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Explicar de qué manera se aplica el control interno en el área de compras en las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central.</p> <p><b>Objetivo específico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir el ambiente del control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.</li> <li>- Describir la evaluación del Riesgo en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.</li> </ul>	Conocimiento del control interno	<p>-Ayudar ejecución ordenada.</p> <p>-Estrategias de Control.</p> <p>-Salvaguardar los recursos.</p>	Encuesta: (Cuestionario)
				- Ambiente de control	<p>-políticas y procedimientos</p> <p>-Plan de inducción al personal.</p>	
				- Evaluación de Riesgo	<p>-Lineamiento de seguimientos.</p> <p>-Identificación de Riesgo.</p>	

“Control Interno en el Área de Compras en las Empresas del Centro Comercial,  
Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019”

			<p>-Describir la Actividad de Control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.</p> <p>-Describir la Información y Comunicación en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.</p> <p>-Describir la Actividad de Supervisión en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central.</p>	<p>- Actividad de Control</p> <p>-Información y Comunicación</p> <p>Actividad de supervisión.</p>	<p>-Mejores propuestas y eficiencia.</p> <p>-Rotación periódica.</p> <p>-Calidad y suficiencia de la información.</p> <p>-Contraste de información.</p> <p>-Plan de mejora</p> <p>-Acciones de Inspección y detección de deficiencia</p>	
--	--	--	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N° 2

**Tabla 17. Consistencia**

TEMA	PROBLEMA GENERAL	PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICOS	VARIABLE	POBLACION	DISEÑO
Control Interno en el Área de Compras en las Empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.	¿De qué manera se Aplica el Control Interno en el Área de compras en las Empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?	¿De qué manera describe el ambiente en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?  ¿De qué manera describe la evaluación del riesgo en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?  ¿De qué manera describe la Actividad de control en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?	Explicar y describir de qué manera se aplica el control interno en el área de compras de las empresas del centro comercial, Galería Mercado Central Mesa Redonda.	-Describir el Ambiente del control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.  -Describir la evaluación del Riesgo en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.  -Describir la Actividad de control en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.  -Describir la Información y Comunicación en el Área	Control Interno	Sector de bazares y de juguetería del centro Comercial Galería Mercado Central.	<u>Diseño de investigación</u> No experimental  <u>Técnicas de recolección de datos</u> - Encuesta <u>Instrumentos</u> - Cuestionario

“Control Interno en el Área de Compras en las Empresas del Centro Comercial,  
Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019”

		<p>¿De qué manera describe la Información y Comunicación en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?</p> <p>¿De qué manera describe la Actividad de supervisión en el área de compras de las empresas del Centro comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019?</p>		<p>de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.</p> <p>-Describir la Actividad de Supervisión en el Área de Compras de las empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019.</p>			
--	--	---	--	---	--	--	--

*Fuente: Elaboración propia*

## **ANEXO N° 3**

### **CUESTIONARIO**

#### **INSTRUCCIONES**

El presente cuestionario tiene como propósito reunir información importante que contribuya a complementar el trabajo de investigación: “Control Interno en el Área de Compras en las Empresas del Centro Comercial, Galería Mercado Central, Distrito de Lima, 2019”.

#### **CONTROL INTERNO**

1. ¿Usted cree que el conocimiento sobre el control interno ayuda a salvaguardar los recursos para evitar pérdidas, mal uso o daño en el área de compras?

SI ( )

NO ( )

A VECES ( )

2. ¿Usted cree que el control Interno ayuda a la ejecución ordenada, eficiente, económica y efectiva de las operaciones de compras?

SI ( )

NO ( )

3. ¿Cree usted que las estrategias del control interno son adecuadas para el logro de sus objetivos en el área del control interno?

SI ( )

NO ( )

A VECES ( )

### **Ambiente de Control**

4. ¿Usted tiene políticas y procedimientos adecuados para selección de su personal?

SI ( )

NO ( )

5. ¿Usted cuenta con un plan de inducción al personal relacionado sobre principios éticos?

SI ( )

NO ( )

### **Verificación de Riesgos**

6. ¿Usted ha desarrollado lineamientos de seguimiento periódico con respecto a los riesgos?

SI ( )

NO ( )

7. ¿Usted identifico sucesos negativos (riesgo) que puedan afectar el desarrollo de sus actividades?

SI

NO

A VECES

### **Actividad de Control**

8. ¿En su empresa se implementan mejores propuestas y en caso de detectarse deficiencias se efectúan las correcciones necesarias?

SI ( )

NO ( )

9. ¿Usted realiza una rotación periódica de su personal en el área de compras por riesgos de colusión?

SI ( )

NO ( )

A VECES ( )

### **Información y Comunicación**

10. ¿En su empresa se ha diseñado, evaluado e implementado mecanismos para asegurar la calidad y suficiencia de la información?

SI ( )

NO ( )

11. ¿Usted Cruza información relacionada con las compras con otras áreas o departamentos relacionados?

SI

NO

### **Supervisión**

12. ¿En su empresa cuando se descubre oportunidades de mejora, se disponen medidas para desarrollarlas?

SI ( )

NO ( )

13. ¿Las deficiencias detectadas al inspeccionar, se comunica con prontitud a los responsables para que puedan tomar medida y corregirlas?

SI ( )

NO ( )

A VECES ( )

